

Beispiel: BonVenture - Porträt
Beispiel: BonVenture - Porträt
Beispiel: BonVenture - Portrait

BonVenture – Fonds und Stiftung für soziale Verantwortung

Die in München ansässige BonVenture Gruppe will soziale und ökologische Probleme im deutschsprachigen Raum reduzieren helfen. Dazu überträgt sie den erfolgreichen Ansatz von Venture Capital Programmen auf soziale und ökologische Projekte. Diese unterstützt BonVenture durch finanzielle Mittel (Eigenkapital, Darlehen), Beratung und Netzwerkarbeit. So ist es möglich, innovatives, nachhaltig wirksames soziales oder ökologisches Engagement längerfristig zu fördern.

BonVenture möchte dazu beitragen, die Wohlfahrtssysteme der deutschsprachigen Länder effizienter und transparenter zu gestalten. Eine in Teilen privatwirtschaftliche unternehmerische Organisation in Verbindung mit Wettbewerb eröffnet neue Chancen. Die Investoren von BonVenture streben dabei keinen persönlichen materiellen Gewinn an. Sie wollen vielmehr beispielhaft zeigen, dass ihr innovativer Brückenschlag zwischen Menschlichkeit und wirtschaftlichem Denken fruchtbar ist. BonVenture strebt insgesamt mindestens den realen Kapitalerhalt an.

Die BonVenture Portfolioprojekte sollten

- sich langfristig finanziell selbst tragen können,
- auf einem innovativen Ansatz beruhen und
- einen möglichst ausgeprägten sozialen Mehrwert („Social Impact“) erzielen.

Die Konzepte müssen multiplizierbar sein, ein Businessplan sollte Geschäftsidee und erwartete Entwicklung klar formulieren.

Ein zentrales weiteres Kriterium für ein Engagement von BonVenture: Hinter dem jeweiligen Projekt muss ein Social Entrepreneur stehen; also eine engagierte, unternehmerisch denkende Persönlichkeit, die ihr soziales Projekt initiiert und voranbringt. BonVenture ist davon überzeugt, dass solche Persönlichkeiten in hohem Maße befähigt sind, nachhaltige Veränderungen zu bewirken. Daher tritt BonVenture als Mittlerin zwischen Investoren und Social Entrepreneurs auf.

Weitere Informationen zu BonVenture: www.bonventure.de

Case Study DialogMuseum

Das Ende 2005 eröffnete DialogMuseum in Frankfurt/Main zählt seit Mai 2005 zu den BonVenture Projekten. Das modellhafte Integrationsprojekt basiert auf dem Ausstellungskonzept „Dialog im Dunkeln“, das Dr. Andreas Heinecke vor gut 20 Jahren entwickelte. Sehende begeben sich in völliger Dunkelheit auf eine Entdeckungsreise – geführt von Blinden, die so die Rolle der Experten übernehmen.

In Frankfurt können Besucher neben dem Kernbereich „Dialog im Dunkeln“ auch das „Casino for Communication – Spiele zwischen Menschen“ und „Taste of Darkness – Das Restaurant im Dunkeln“ besuchen. Weitere Angebote für Schulen und Firmen runden das Angebot ab. Gut die Hälfte der Besucher sind Schulgruppen, Studenten und Pädagogen. Etwa ein Viertel stellen jeweils Familien und Unternehmen.

Als Erlebnisraum ermöglicht das DialogMuseum ganz neue Eindrücke. Die Besucher erleben blinde



Bundesverband Deutscher
Kapitalbeteiligungsgesellschaften

oder stark sehbehinderte Menschen als kompetente Partner. Das fördert den vorurteilsfreien Umgang miteinander. Das Museum kann so zweifach als Beschäftigungsmotor wirken. Es schafft Arbeitsplätze und ebnet oft schwer vermittelbaren behinderten Arbeitssuchenden den Weg in den ersten Arbeitsmarkt.

„Die umfassende soziale Zielsetzung stellte für BonVenture einen wesentlichen Anreiz dar, das Projekt Dialogmuseum mit Eigenkapital und Darlehen zu unterstützen“, sagt Dr. Erwin Stahl, Geschäftsführer der BonVenture Management GmbH. Hinzu kam, dass das Grundkonzept wirtschaftliche wie soziale Tragfähigkeit erwarten ließ. Nach einer hoch erfolgreichen Dauerausstellung in Hamburg trieb Andreas Heinecke das Konzept „Dialog im Dunkeln“ im In- und Ausland bereits im Franchise-Verfahren voran. Damit entsprach er der Hoffnung, welche BonVenture in Sozialunternehmer setzt: Dass sie multiplizierbare, langfristig wirksame und wirtschaftlich erfolgreiche Modelle sozialen Fortschritts voran treiben.

Die vorgegebene Marge von 50.000 bis 80.000 Besuchern pro Jahr erreichte das DialogMuseum bereits 2006 (rund 60.000 Besucher). Im zweiten Betriebsjahr zählte das Haus dann rund 82.000 Besucher, bis Ende 2008 werden es gut 220.000 sein. Bereits 2007 gelang dem DialogMuseum der Break-even. Klara Kletzka, Geschäftsführerin des Trägers DialogMuseum GmbH und treibende Kraft im Museum, freut darüber hinaus noch etwas anderes: Der sehr hohe Anteil behinderter Mitarbeiter, von denen noch dazu viele fest angestellt sind. Dies ist ein wesentliches Ziel des Integrationsunternehmens.

Dr. Andreas Heinecke entwickelt als Geschäftsführer der von ihm gegründeten Consens Ausstellungs GmbH sein Konzept stetig weiter und vermarktet es im Franchising-Verfahren. Er ist heute einer der bekanntesten Sozialunternehmer Deutschlands und wurde mehrfach ausgezeichnet, auch von Ashoka.

Weitere Informationen

zu BonVenture: www.bonventure.de

zum Frankfurter DialogMuseum: www.dialogmuseum.de

zu Dialog im Dunkeln weltweit: www.dialogue-in-the-dark.com